





Tendências e Desafios

Toda empresa precisa ser legitimada pelos seus públicos para poder operar e uma das maneiras de fazer isso é por meio da comunicação. Quando ela consegue uma excelência no desempenho e na comunicação, dentro de um contexto social específico, afirmamos que a empresa recebe de seus públicos uma "licença para operar", que incorpora o grau de sucesso da organização no desenvolvimento e na manutenção das relações favoráveis com seus públicos.

Essa licença, sob o ponto de vista da comunicação enfrenta sérios desafios, pois a tecnologia fortaleceu os canais de comunicação em todo o globo, apagando as fronteiras nacionais para produzir o que o filósofo canadense Marshall McLuhan previu décadas atrás - a criação de um mundo tão interligado por conhecimento compartilhado que passará a ser uma "Aldeia Global". Esta tendência tem hoje um impacto monumental para as empresas, não só nas suas estratégias como também nos seus planos de Comunicação Empresarial.

Isso ocorre porque, por meio da internet, as pessoas estão inventando novas formas de compartilhar conhecimentos relevantes a uma velocidade sem precedentes. Como resultado, os mercados estão ficando mais espertos e ágeis - de forma mais rápida que as empresas.

Esse diálogo global acentua o volume com o qual sentimentos bons e ruins podem ser ouvidos e compartilhados. Juntamente com isso, os avanços tecnológicos contínuos da Internet dificultam que as empresas evitem que notícias negativas ou positivas sobre elas cheguem a todos a qualquer hora em qualquer lugar. A mídia expandiu de tal modo seu alcance que os eventos não estão mais confinados a comunidades locais; em vez disso, podem criar reverberações percebidas em todo o mundo.



Essas mudanças tecnológicas causam um impacto profundamente perturbador e são um dos desafios mais importantes de um profissional comunicação empresarial. Com isso as empresas precisam se adaptar aos ambientes de mudança sem abrir mão de seus princípios ou comprometer suas ideias.

Dentro desse cenário, problemas irão acontecer e não desaparecerão em um passe de mágica. Pense sempre que situações críticas irão ocorrer, especialmente com a crescente prevalência de notícias geradas pelo consumidor e plataformas de comunicação on-line. O ambiente de negócio estará sempre em mudança e o modo que as organizações se adaptam e se comunicam será fator determinante para o seu sucesso.

Tendências

Acompanhar as tendências do mercado nunca é fácil, no entanto, é importante reconhecer que o mundo está em constante mudança e, a fim de manter os diferenciais competitivos, as empresas devem sempre monitorá-las. A análise de tendências de mercado não precisa ser tão assustadora quanto parece e tende a ser fortemente influenciada pelos hábitos e comportamentos do consumidor.

Uma boa forma de sempre estar atento e atualizado às novas tendências do segmento que atua, de forma a poder construir planos de Comunicação Empresarial eficazes é:

- Acompanhando os influenciadores de seu segmento: A mídia social é uma ferramenta poderosa para acompanhar os influenciadores, seus pontos de vista e garantir que sua empresa esteja fazendo parte da conversa;

- Consultando relatórios atualizados de pesquisa e tendências do setor: Para obter uma imagem real do cenário da sua empresa e

determinar a direção a seguir, você precisa ler os relatórios do setor;



- Utilizando ferramentas e análises digitais para avaliar o comportamento do setor: Existe uma grande variedade de ferramentas e sistemas analíticos disponíveis ao seu alcance. Uma análise digital pode ajudá-lo a descobrir tendências cada vez mais procuradas pelos consumidores on-line. Por exemplo, o Google Trends exibe uma visão geral de longo prazo das tendências de nicho;

- Ouvindo seus clientes: Vale a pena conversar com seus clientes. Não tenha medo de conversar com eles e saber mais sobre seus pontos de vista para descobrir o que mais sua empresa pode fazer para ajudá-los;

- Observando seus concorrentes: A maioria das empresas de sucesso não segue a multidão; eles inovam para se destacar. A observação de seus concorrentes pode oferecer uma boa imagem do que ocorre no mercado e se eles estão reagindo ao que pode ser visto como uma tendência emergente.

Tendências que impactam a Comunicação Empresarial

Atualmente as tendências que mais impactam uma empresa sob o ponto de vista de Comunicação Empresarial são:

- Despertar da Consciência Cidadã;

- Multiplicação dos Grupos de Pressão;

- Melhoria da ideia de Responsabilidade Social;

- Simetria no Fluxo de Informações;



- Ambiente de Diálogo: Multiconectado e Disperso;
- Falta de Exclusividade no Discurso;
- Reputação 24 x 7;
- Poder do Boca a Boca.

Saiba Mais

Linguagem formal e linguagem informal



Norma padrão e norma popular

Além das tendências e desafios da comunicação empresarial, não podemos deixar de citar outra vertente não menos importante dessa área, que é o funcionamento e o uso adequado da língua portuguesa. Quando estamos em contato com o mercado de trabalho, devemos ter consciência de que a forma que nos comunicamos impacta diretamente na nossa relação com as pessoas, sejam elas clientes, colaboradores, colegas de trabalho ou chefia. Conhecer bem a língua portuguesa traz o domínio necessário para que, através dela, alcancemos nossos objetivos.

Vamos iniciar apresentando a linguagem formal e a linguagem informal.

Linguagem formal, norma culta, norma padrão, são algumas das denominações dadas ao uso da língua, oral ou escrita, que ocorre dentro

das normas ou regras gramaticais.



Linguagem informal, norma popular, linguagem não padrão ou coloquial é a linguagem cotidiana, espontânea, regionalista e despreocupada com as normas gramaticais.

Ambas as formas são variações da língua e são aplicadas em diferentes contextos. A linguagem informal é usada em momentos com a família e amigos. Já com superiores hierárquicos ou em momentos que requerem mais respeitabilidade devemos usar a linguagem formal. Para fazer o uso correto da linguagem formal e informal é importante reconhecer e se encaixar nos diferentes contextos comunicativos, o que quer dizer que existem momentos adequados para cada tipo de linguagem, só é preciso reconhecê-los.

A linguagem informal está sujeita a variações regionais, culturais e sociais, tem uso de vocabulário simples, de expressões populares e de gestos que acompanham a fala. É usada quando os interlocutores são amigos ou familiares e em momentos de descontração. É considerada por muitos como um registro pouco prestigiado e incorreto. Isso não corresponde, contudo, à realidade. A linguagem coloquial é a expressão viva de uma língua em uso. O importante é que se saiba fazer a transição desse tipo de linguagem para a linguagem formal nos momentos em que essa é exigida, como em concursos públicos, entrevistas de emprego, documentos oficiais, etc..

Características da linguagem informal:

- Não se preocupa com o uso correto das normas gramaticais;
- Utiliza vocabulário simples, expressões populares e coloquialismos;
- Ocorre o uso de gíria, palavrões, palavras inventadas, onomatopeia, gestos;

- Aplicação de palavras abreviadas ou contraídas: cê, pra, tá, tbm dps, tlg;



- Está sujeita a mudanças regionais, culturais e sociais.

Situações de uso da linguagem informal:

- Conversas cotidianas;
- Mensagens de celular;
- Chat na Internet;
- Redes Sociais.

Público-alvo da linguagem informal:

- Familiares;
- Amigos;

Características da linguagem formal:

- Segue rigorosamente as regras da gramática (norma culta);
- Pronúncia clara e correta das palavras;
- Vocabulário rico e variado.

Situações de uso da linguagem formal:



- Em discursos públicos ou políticos;
- Em salas de aula, conferências, palestras, seminários;
- Em exames e concursos públicos;
- Em reuniões de trabalho e entrevista de emprego;
- Em documentos oficiais, cartas, requerimentos.

Público-alvo da linguagem formal:

- Superiores hierárquicos;
- Autoridades religiosas, oficiais, políticas;
- Público desconhecido;

Atividade resolvida

Coloque (1) para linguagem formal e (2) para linguagem informal:

(2) Puxa! Tive um dia de cão.

(1) Puxa! Tive um dia difícil.

(1) Existem pessoas inconvenientes.

(2) Têm pessoas que são um saco.

(2) Na loja tinha roupa linda de montão.



(1) Na loja havia muita roupa linda.

(1) Gosto muito de doce.

(2) Gosto de doce pra caramba.

(2) Aposto que esta confusão vai dar a maior muvuca.

(1) Aposto que esta confusão fará vir muita gente.

Atividade extra

Nome da atividade: Vídeo - A Moeda da Nova Economia se chama Confiança

Link para assistir a atividade:

https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_tru
946621

Referência Bibliográfica

- ARGENTI, P.A. Comunicação Empresarial: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- RIEL, CEES B. M. Van Reputação: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- ROCHA T., GOLDSCHIMIDT A (coord.). Gestão de Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2010

Ir para exercício

